Desjardins
MARKETING STRATÉGIQUE INC.
Une force légendaire

Bureau d'études stratégiques et techniques en économique

Analyse intégrée et rapport d'évaluation
DES RETOMBÉES ÉCONOMIQUES DES ACTIVITÉS DU 400e ANNIVERSAIRE DE QUÉBEC

Rapport final
avril 2009

Bureau de la Capitale-Nationale
Québec
700, boul. René-Lévesque Est, 31e étage,
Québec (Québec) G1R 5H1

No 99910173S

B.E.S.T.E.

3173, rue De Galais
Sainte-Foy Québec G1W 2Z7
Tél. : 418-651-8200
Fax. : 418-651-8299
beste@beste.ca
www.beste.ca

Desjardins
Une force légendaire

1265, boulevard Charest Ouest, bureau 1180
Québec (Québec) G1N 2C9
Tél. : 418-686-3832
Fax. : 418-686-4880

TABLE DES MATIÈRES

RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE i

1.0 CONTEXTE DE L'ÉTUDE ET MANDAT 1

2.0 INTRODUCTION ET MÉTHODOLOGIE 2
2.1 Introduction 2
2.2 Approche méthodologique globale 2

3.0 PROFIL DES VISITEURS NON CONGRESSISTES ET ESTIMATION DE LEURS DÉPENSES 6
3.1 Dépenses des visiteurs 6
3.2 Le tourisme d'agrément à Québec et le 400e 14

4.0 LE TOURISME D'AFFAIRES – LES CONGRÈS 18
4.1 Congrès au Centre des congrès de Québec (CCQ) 18
4.2 Congrès tenus dans les hôtels et autres lieux 20

5.0 LE TOURISME LIÉ AUX AUTRES ÉVÉNEMENTS 23
5.1 Détermination des autres événements centrés 23
5.2 Calcul des nuitées et des dépenses admissibles 23

6.0 DÉPENSES POUR LES INFRASTRUCTURES ET LES LEGS 25
6.1 Dépenses admissibles – infrastructures et legs 26

7.0 DÉPENSES D'ORGANISATION DU 400E 29

8.0 IMPACT CONSOLIDÉ DU 400E 30
8.1 Impact sur le produit et l'expérience touristique de Québec 30
8.2 Impact économique des Fêtes du 400e 34

Résumé de l'étude

L'objectif de l'étude est d'estimer les retombées économiques et touristiques engendrées par les célébrations du 400e anniversaire de la ville de Québec. Ce résumé présente sommairement les principaux constats et résultats de l'étude.

La méthodologie de l'étude a été élaborée par un comité technique coordonné par le Bureau de la Capitale-Nationale. La méthode retenue est inspirée de celle utilisée par le Regroupement des événements majeurs internationaux (RÉMI). Tous les résultats de retombées économiques proviennent de simulations effectuées à l'aide du modèle intersectoriel du Québec.

➔ Des dépenses stimulantes pour l'économie

Le calcul des retombées économiques repose sur la mesure de l'impact sur l'économie d'un accroissement de la demande occasionné par une injection d'argent frais, soit d'argent qui n'aurait pas autrement été dépensé dans la région à l'étude, la RMR de Québec dans le cas du 400e.

Les célébrations du 400e ont stimulé la demande de trois manières différentes. Les gouvernements du Québec et du Canada ont financé deux chantiers majeurs d'environ 70 M$ chacun pour réaliser la Promenade de Champlain et l'Espace 400e, ainsi que la réhabilitation des installations du Bassin Brown, de la Pointe-à-Carcy et de la Baie de Beauport. Parallèlement, les mêmes deux paliers de gouvernement ont accepté de contribuer 40 M$ chacun pour financer la Société du 400e qui a eu comme mission de planifier et de gérer la tenue des activités des célébrations. Se sont ajoutées des contributions de la ville de Québec (5 M$) et du secteur privé (plus de 5 M$). Si on tient compte des recettes locales, c'est un total de 104 M$ qui a été injecté dans l'économie de la RMR de Québec pour l'organisation des Fêtes du 400e, dont 85 M$ en argent frais. Finalement, la programmation exceptionnelle conçue pour l'occasion a stimulé la demande touristique d'agrément, de congrès ou d'autres événements majeurs comme le Sommet de la Francophonie tenue à Québec pour l'occasion. On évalue à 392 M$ les dépenses touristiques engendrées par le 400e, soit 253 M$ en argent frais provenant des visiteurs dont le motif principal de déplacement était lié aux activités du 400e, et 139 M$ pour ceux partiellement motivés par cette programmation.

➔ Des retombées économiques considérables

Le tableau qui suit permet d'apprécier de manière synoptique les retombées économiques des dépenses en argent frais en raison de la tenue des festivités du 400e anniversaire de Québec et des infrastructures et présents qu'elles ont engendrés.

Impact économique sur les variables de production (M$)

Variables de production	Dépenses *	Emplois	Valeur ajoutée	PIB
Infrastructures et aménagements	127,7	1127	88,7	89,9
Société du 400e	85,0	1375	63,5	62,6
Dépenses touristiques- motif principal	293,0	4174	193,4	218,1
Sous-total	**505,7**	**6676**	**345,6**	**370,6**
Dépenses touristiques - motif secondaire	138,7	2065	92,7	105,2
Total	**644,4**	**8741**	**438,3**	**475,8**

* Excluent certaines dépenses qui ne sont pas financées par de l'argent frais

L'impact économique des Fêtes du 400e anniversaire de Québec se chiffre donc à 438,3 M$, dont 345,6 M$ qui leur sont strictement imputables. Sur le plan du marché du travail, les dépenses liées au 400e ont permis de maintenir ou de créer quelque 8 741 emplois en équivalent temps complet, dont 6 676 emplois sont strictement liés au 400e.

Il importe de souligner que l'investissement initial en deniers publics de 85 M$ pour la tenue de l'événement a engendré un accroissement de valeur ajoutée dans la région 2,3 fois plus élevée en raison des dépenses touristiques (motif principal) de l'ordre de 193,4 M$ (193,4 M$/85 M$). Si l'on tient compte des taxes et des impôts perçus par les gouvernements, ce ratio grimpe à 4,5 ou 4,50$ de valeur ajoutée engendrée par chaque dollar investi dans les Fêtes du 400e.

L'industrie hôtelière est un secteur qui bénéficie particulièrement de ces retombées économiques. Le tableau qui suit présente le nombre de nuitées en établissement commercial engendré par les Fêtes du 400e.

Nuitées en hébergement commercial en raison du 400e

	Centrés «surtout» ou principalement motivés	Centrés «en partie» ou partiellement motivés *	TOTAL
Touristes	989 998	915 691	1 905 689
Centre des congrès de Québec (CCQ)	92 469	29 919	122 388
Hôtels et autres lieux	13 554	4 827	18 381
Autres événements	84 203	1 329	85 532
	1 180 224	**951 766**	**2 131 990**

* 50 % des nuitées sont prises en compte pour ces touristes

Du total estimé de 2,1 millions de nuitées, 1,2 million n'aurait sans doute pas eu lieu en 2008 sans la tenue des Fêtes du 400e.

Le tableau qui suit présente les principaux secteurs d'activité économique (plus de 5 % de la hausse de VA) affectés par l'accroissement de la demande touristique.

Principaux secteurs touchés par les dépenses touristiques

	Emplois	VA (M$)
Services d'hébergement	1 688	71,3
Services restauration et débits boissons	1 323	32,5
Arts interprétation et loisirs	817	31,2
Commerce de détail et de gros	653	27,0
Transport urbain et taxi	346	18,8

Le secteur de l'hébergement vient en tête, suivi du secteur de la restauration. Les secteurs des arts d'interprétation et celui des loisirs tirent bien leur épingle du jeu, suivi du commerce de détail et de gros. Finalement, les secteurs du transport urbain et des taxis bénéficient eux aussi de plus de 5 % de l'accroissement de valeur ajoutée engendré par les dépenses touristiques liées au 400e.

➔ Un succès touristique

L'analyse des résultats indique que le 400e anniversaire de Québec a été un succès touristique, qu'il a bénéficié de retombées médiatiques importantes et qu'il a été apprécié tant par la population de la région de Québec que par les visiteurs.

Déjà qualifiée par l'Office du tourisme de Québec comme la meilleure année touristique à ce jour, l'année 2008 a été propulsée par le 400e anniversaire de Québec.

Plusieurs indicateurs démontrent « l'effet 400e » :

Une compilation dressée par l'Office du tourisme de Québec fait état de plusieurs résultats intéressants ou de records, dont ceux-ci :

- hausse de 4,9 points de pourcentage du taux d'occupation (comparativement à 2007) et hausse de 9,1 % du nombre moyen de chambres occupées quotidiennement;
- le plus grand nombre de chambres jamais vendues annuellement (hausse de 9,5 % du nombre de chambres vendues);
- le plus grand nombre de congrès et événements jamais recensés pour une année (près de 544 congrès et événements, une augmentation de 44,3 % par rapport à 2007);
- le plus important volume de demandes d'information touristique depuis 2002 (au comptoir, par téléphone, courrier postal et Internet), soit une augmentation de 21,1 % par rapport à 2007;
- l'indice d'activité touristique le plus élevé jamais obtenu pour une année, soit une hausse de 5,7 % par rapport à 2007;
- l'indice d'achalandage dans les boutiques du Vieux-Québec le plus élevé jamais obtenu pour une année, en hausse de 11,3 % par rapport à 2007;

- l'indice de fréquentation des restaurants le plus élevé jamais obtenu pour une année; soit une augmentation de 1,6 % par rapport à 2007.

Grâce au succès du 400e anniversaire de Québec, la ville a pu mieux se positionner sur le marché international, contribuant ainsi à augmenter sa notoriété touristique, en complément avec les énergies consacrées par l'Office du tourisme de Québec et par l'industrie touristique régionale en général. De plus, on peut dire que malgré l'année touristique de 2008 qui fut difficile au Canada, le 400e anniversaire de Québec a permis de rajeunir en quelque sorte la destination et de la rendre encore plus attrayante aux yeux des visiteurs éventuels.

Pour des fins de comparaison avec d'autres villes canadiennes, l'Office du tourisme de Québec utilise les données de la firme HVS. Les données montrent bien que Québec a su tirer son épingle du jeu en 2008. En effet, les chambres louées d'hôtels à bannières ont cru de 10,5 % en 2008 comparativement à 2007. Cette hausse se démarque des piètres résultats observés dans les autres régions métropolitaines québécoises et canadiennes. Par exemple, au Québec le nombre de chambres louées en 2008 est en baisse de 2,0 %.

➔ Des retombées médiatiques extérieures importantes

Depuis les dernières années, le nombre de journalistes qui couvre la région se situe autour de 500 par année. En 2008, le nombre de journalistes dans la région a considérablement augmenté, ils étaient plus de 700 à couvrir la région. Une analyse réalisée par l'Office du tourisme de Québec estime à environ 12 M$ la valeur média des articles publiés à ce jour, soit une hausse de 5 M$ par rapport à la moyenne usuelle.

➔ Une satisfaction élevée

Au terme du 400e, Léger Marketing a mesuré la satisfaction des résidants de la région à l'égard de l'événement. Le sondage réalisé entre les 12 et 16 novembre 2008 auprès de 300 citoyens adultes de la région de Québec (région métropolitaine de recensement) montrait une satisfaction élevée à l'égard de l'ensemble des festivités du 400e anniversaire de Québec. En effet, les répondants sondés ont accordé une note de 8,5 sur 10 à l'égard des festivités. Globalement, ce sont 50 % des répondants qui ont accordé une note de 9 ou 10 ou plus.

1.0 Contexte de l'étude et mandat

En 2008, la ville de Québec a célébré le 400e anniversaire de sa fondation. Les gouvernements fédéral et provincial ainsi que la ville de Québec ont consacré quelque 85 millions de dollars pour la programmation des activités de célébration, dont 22 millions pour des organismes associés. Le secteur privé a également contribué à hauteur de 5 M$. Qui plus est, les gouvernements du Québec et du Canada ont consacré chacun environ 70 millions de dollars pour des investissements dans le réaménagement des berges du Fleuve Saint-Laurent, de Beauport à Sainte-Foy. En plus de permettre la célébration du 400e anniversaire de la fondation de Québec dans une atmosphère festive dans le cadre enchanteur de la Ville, ces dépenses de fonds publics ont eu des effets bénéfiques dans la région de Québec.

L'objectif du mandat est de réaliser une analyse globale des retombées économiques engendrées par les dépenses d'organisation et d'investissement liées aux festivités du 400e anniversaire de Québec. Les retombées économiques seront estimées à l'aide du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ). Le mandat comprend également une évaluation de l'impact « qualitatif » du 400e, notamment par le biais des données sur la satisfaction des visiteurs, le profil des touristes et des participants, ou en se référant à toute autre information publique disponible.

Le rôle d'intégrateur a été confié à la coentreprise BESTE – DMS, formée de l'union ponctuelle des ressources du Bureau d'études stratégiques et techniques en économiques et de Desjardins Marketing Stratégique, le premier bureau d'experts étant responsable du calcul des retombées économiques et le second de l'analyse de l'impact du 400e sur le produit et l'expérience touristique dans la région de Québec.

L'étude a été réalisée sous la direction d'un comité de pilotage et d'un comité technique comprenant plusieurs partenaires du 400e, dont le ministère du Patrimoine Canadien, Développement économique Canada, le ministère du Tourisme du Québec, le ministère des Relations internationales, l'Institut de la Statistique du Québec, la Ville de Québec, l'Office du tourisme de Québec (OTQ), la Société du 400e et le Bureau de la Capitale Nationale qui en assumait la coordination.

2.0 Introduction et méthodologie

On retrouve dans les textes qui suivent une présentation générale du contenu du rapport ainsi qu'une description des principes méthodologiques des études d'impact économique dans le domaine touristique.

2.1 Introduction

Les différentes sources d'impact économique ont été regroupées en 5 catégories pour les fins du calcul des retombées économiques du 400e. Ces sources sont les dépenses des visiteurs; des congressistes; des événements spéciaux; de celles liées aux infrastructures et aux legs, et de celles pour l'organisation des fêtes du 400e. Un chapitre est dédié à l'évaluation et l'analyse des dépenses de chacune de ces sources. Finalement, un dernier chapitre est voué à la consolidation des résultats et à l'analyse globale de l'impact des Fêtes du 400e anniversaire de Québec.

2.2 Approche méthodologique globale

Toutes les études économiques ont pour objectif commun de mesurer l'impact dans l'économie d'une augmentation des dépenses financées par de l'argent « frais », c'est-à-dire de l'argent qui n'aurait pas été injecté dans la région à l'étude sans la tenue d'un événement ou la présence d'un équipement (le Centre des Congrès de Québec par exemple). Le 400e ne fait pas exception à cette règle. En fait, les Fêtes du 400e se caractérisent par la quantité et l'ampleur des événements et des investissements ayant contribué à la création de richesse dans l'économie de la région de Québec.

Pour les fins de cette étude, la région de Québec est définie comme étant la région métropolitaine de recensement (RMR) de Québec[1]. Uniquement les impacts découlant des dépenses effectuées dans la RMR de Québec et ailleurs au Québec ont été pris en considération dans le calcul des retombées économiques.

2.2.1 La mesure du gain net social

Toute dépense dans une économie engendre de l'activité économique. Or, les études de retombées ou d'impacts économiques ne visent pas à mesurer toute l'activité économique qui accompagne nécessairement les dépenses liées à des événements ou des investissements. Les études d'impact économique effectuées à l'aide du modèle intersectoriel visent à apprécier et à caractériser l'ampleur de la contribution à la création de richesse dans une économie d'événements ou d'investissements. Les résultats des simulations intersectorielles peuvent être régionalisés sous certaines conditions[2].

---

1 La carte de la RMR est disponible sur Internet au http://www.mamrot.gouv.qc.ca/publications/cartotheque/atlas_AR_RMR.pdf

2 Dans le cas de la région de Québec, les résultats peuvent être facilement régionalisés sous des hypothèses peu contraignantes lorsqu'il s'agit d'impacts touristiques ou de construction. Voir Camille Courchesne et Gilbert Martin : http://www.uqtr.ca/sceg/T_CourcheneMartin.pdf

L'argent frais

Pour mesurer correctement la contribution à la création de richesse, il faut mesurer ce que les événements ou les investissements ajoutent dans l'économie régionale, ***l'argent frais***, tout en prenant soin d'écarter les sous activités tributaires d'échanges locaux, le cas échéant. Par exemple, dans une étude d'impact économique du secteur de la restauration, on prendra soin de distinguer les dépenses effectuées par les touristes (l'argent frais) de celles de la clientèle locale qui doit s'alimenter dans la région où elle demeure de toute façon. Seules les dépenses des touristes doivent être utilisées dans le calcul des retombées économiques.

Les dépenses financées par des fonds publics

Dans le cas des dépenses publiques ou financées par des fonds publics, la contribution à la création de richesse se mesure de manière particulière. Là encore, il faut distinguer l'argent frais de celui qui aurait été dépensé dans la région de toute façon. Par exemple, la contribution de la ville de Québec au fonctionnement de la Société du 400e ne saurait être considérée comme de l'argent frais contribuant à l'enrichissement collectif de la région. Le raisonnement économique est le suivant. Du point de vue d'un contribuable de la ville de Québec, si son revenu personnel n'est pas taxé pour financer les festivités du 400e, il pourra à loisir dépenser la somme ainsi épargnée à d'autres fins, engendrant une activité économique (que l'on suppose équivalente) dans le secteur où il dépensera. Le gain net serait donc nul, ou à tout le moins faible. Pour calculer les dépenses admissibles au calcul des retombées économiques, on devra les réduire proportionnellement à la valeur de la contribution de la ville de Québec, ou éliminer les dépenses clairement identifiables financées par cette dernière.

Dans le cas des dépenses financées par des fonds publics, il faut aussi distinguer celles qui s'ajoutent à l'économie de la région de Québec, de celles qui auraient été financées de toute façon par les programmes réguliers de subventions des gouvernements du Québec et du Canada. Cette distinction est plus difficile à établir que dans le cas des dépenses financées par la ville de Québec, mais par rigueur scientifique l'exercice devra être mené. Pour ce faire, il faut analyser les critères de sélection des programmes de subventions et interviewer les responsables et les bénéficiaires. La correction des dépenses admissibles devra se faire de la même manière que pour celles financées par la ville de Québec, le cas échéant.

Les dépenses visiteurs

Les dépenses visiteurs sont celles effectuées par les touristes et les excursionnistes. Statistiquement, un touriste est une personne qui a fait un voyage d'une nuit ou plus, mais d'une durée de moins d'un an, à l'extérieur de sa ville et qui a utilisé de l'hébergement commercial ou privé. Les excursionnistes sont des personnes ayant participé à un événement dans le cadre d'un voyage aller-retour dans la même journée à l'extérieur de son lieu de résidence habituel, et dont le lieu de résidence se situe dans un rayon de plus de 40 kilomètres du lieu où se déroule l'événement. Ces définitions sont utilisées dans les

études d'impact économique comme critères d'identification de l'argent frais provenant des visiteurs. Toutefois, pour qu'une dépense soit créditée au profit d'une activité ou d'un événement, il faut également que le touriste ait eu comme motif de déplacement, principal ou secondaire, la participation à l'activité ou à l'événement. Un visiteur dont le déplacement a été motivé par l'événement à l'étude est qualifié de visiteur « centré ».

Le motif de déplacement est très important pour le calcul des retombées économiques. En effet, lorsqu'un touriste déclare que sa participation à un événement était son principal motif de déplacement, c'est la totalité de ses dépenses de voyage admissibles[3] qui sera utilisée dans le calcul des impacts économiques de l'événement en question. Cette pratique s'explique du fait que si quelqu'un se déplace de France spécifiquement pour venir fêter le 400e en raison de l'ampleur des activités qu'on y présente, il est raisonnable de supposer que, sans cet événement, ce touriste aurait choisi une toute autre destination, les Jeux olympiques en Chine, par exemple, privant ainsi non seulement la ville de Québec des retombées économiques de ses dépenses, mais également Montréal et Charlevoix si notre touriste s'y est déplacé.

Lorsque l'événement motive partiellement le déplacement d'un touriste, on n'impute qu'une partie de ses dépenses dans le calcul des impacts. La portion imputable se situe entre zéro et la fraction de la dépense du voyage du touriste motivé partiellement qui représente ce qu'il n'aurait pas dépensé si l'événement n'avait pas eu lieu. Dans le cadre de cette étude, le Comité de pilotage a fixé la proportion à 50 % de la dépense des touristes partiellement motivés, conformément aux pratiques de l'Office du tourisme de Québec (OTQ).

Les retombées économiques[4] ont été estimées à l'aide du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec (ISQ) décrit ci-après.

2.2.2 Le modèle intersectoriel du Québec

Le modèle intersectoriel du Québec est un modèle de programmation linéaire[5] qui reconstitue les échanges dans l'économie du Québec sous forme matricielle dans un ensemble agrégé comprenant environ 200 secteurs productifs et 600 biens et services. Comme tout modèle, il s'agit d'une simplification de la réalité. Le modèle permet d'évaluer l'impact sur plusieurs paramètres économiques, de l'augmentation des dépenses résultant d'un choc exogène[6] sur la demande finale ou sur des secteurs productifs. L'impact économique permet d'apprécier le rendement social (économique) d'investissements qui se prêtent mal à l'évaluation financière des rendements, surtout lorsqu'ils ne sont pas orientés vers le profit comptable, comme le comité organisateur des Fêtes du 400e.

---

3 Les principales dépenses admissibles sont celles liées à l'hébergement, la restauration, l'achat de souvenirs, les frais de déplacement locaux et régionaux, entre autres.

4 Les expressions « retombées économiques » et « impacts économiques » ont la même signification.

5 Il s'agit d'un système d'équations mathématiques du premier degré organisé en 200 lignes et en 600 colonnes, soit sous forme matricielle.

6 Les dépenses des visiteurs venus assister au spectacle de Sir Paul McCartney par exemple.

Plus précisément, le modèle intersectoriel de l'ISQ reproduit de manière synthétique les échanges, entre les divers agents de production de l'économie québécoise qui accompagnent un accroissement de la demande finale, qui découlent de l'ajout d'argent «frais» dans l'économie de la région à l'étude, qui dans ce cas est la RMR de Québec. Les informations fournies par le modèle intersectoriel permettent de suivre la propagation de la demande et de calculer les effets successifs d'activités générées par celle-ci. Ainsi, le modèle permet de mesurer l'impact économique initial (l'effet direct) des dépenses sur un secteur donné, l'hôtellerie par exemple. Le modèle calcule ensuite l'impact de la demande de l'hôtelier sur ses propres fournisseurs (l'effet indirect), le secteur alimentaire par exemple. Le modèle calcule ensuite l'effet indirect du secteur alimentaire sur l'agriculture, et ainsi de suite. L'impact économique total est la somme des effets directs et indirects.

Le résultat des simulations permet de qualifier et de quantifier les impacts sur divers secteurs économiques, dont :

- le marché du travail, soit le nombre d'emplois maintenus ou créés;
- la rémunération des facteurs de production, notamment les salaires et les profits des entreprises;
- les importations;
- les taxes indirectes;
- la fiscalité et la parafiscalité (CSST, RRQ, assurance emploi) des gouvernements canadien et québécois.

Le calcul des retombées économiques repose donc essentiellement sur l'estimation de l'argent frais injecté dans l'économie québécoise. Les bases de calcul pour l'estimation de l'argent frais sont présentées dans les chapitres suivants.

3.0 Profil des visiteurs non congressistes et estimation de leurs dépenses

En 2008, la ville de Québec a célébré le 400e anniversaire de sa fondation en offrant à sa population un vaste programme d'activités festives et de spectacles grandioses qui se sont déroulés pendant toute l'année. En fait, l'ampleur de la fête était telle qu'il était impensable d'évaluer individuellement l'impact économique de chacune des activités. Le comité de pilotage a donc opté pour une approche qui prend en compte l'ensemble de la programmation du 400e comme un tout, à l'instar de ce que font les grands festivals comme le Festival d'été de Québec et le Festival de Jazz de Montréal. Le comité a donc élaboré une méthodologie conséquente avec cette approche.

Pour connaître le nombre et le profil des visiteurs ayant participé aux festivités du 400e, le comité de pilotage a fait réaliser 2 sondages. Le comité a également décidé d'évaluer séparément l'impact des congressistes ainsi que celui de certains événements majeurs de la programmation, comme le Congrès Eucharistique Mondial.

3.1 Dépenses des visiteurs

Du 31 décembre 2007 au 31 mars 2008

Le premier sondage[7] couvrait la période du 31 décembre 2007 (spectacle d'ouverture) au 31 mars 2008. L'entreprise Léger Marketing a été mandatée afin d'interroger les résidants de la région de Québec. Plus spécifiquement, les objectifs de cette étude étaient de :

- connaître le nombre de résidants (adultes et jeunes) de la région de Québec qui ont pris part aux activités du 400e anniversaire de Québec entre le 31 décembre 2007 et le 31 mars 2008;
- connaître le nombre de parents et d'amis (VPA), motivés surtout ou en partie par les fêtes du 400e anniversaire de Québec et provenant de l'extérieur de la région de Québec (40 km), qui ont séjourné chez les résidants de la région de Québec entre le 31 décembre 2007 et le 31 mars 2008, ainsi que connaître leur origine et la durée de leur séjour.

Ce sondage omnibus a été réalisé par Internet auprès de 400 résidants de la région de Québec âgés de 18 ans et plus. L'échantillon a été tiré à partir du panel Internet de Léger Marketing. Le sondage a été réalisé du 2 au 6 avril 2008.

Les données ont été pondérées selon le sexe, l'âge, la scolarité et la région de façon à être représentatives de la population de la région de Québec, selon les dernières données de Statistique Canada.

[7] Léger Marketing. 400e anniversaire de Québec, achalandage de janvier à mars 2008. Dossier 70779-001.

Léger Marketing a mesuré la relation entre le nombre de VPA, le nombre de touristes et le nombre de visiteurs dans le deuxième sondage couvrant avril à octobre 2008. En supposant que la relation moyenne entre avril et octobre 2008 était représentative de la période du 31 décembre 2007 au 31 mars 2008, il a été possible pour B.E.S.T.E d'estimer le nombre de visiteurs qui ont participé aux activités du 400e au premier trimestre de l'année. En faisant l'hypothèse que l'origine et la motivation de voyage de ces visiteurs étaient proportionnelles à celle mesurée en moyenne dans le deuxième sondage, il a été possible d'estimer l'origine et la motivation de voyage des visiteurs du premier trimestre. Finalement, les chiffres ont été ajustés pour tenir compte des ménages de la Rive-Sud non sondés et couvrir toute la RMR de Québec. Le tableau qui suit présente de manière synoptique les résultats de ces calculs.

Estimation des visiteurs (exclus congrès) du 31 déc. 2007 au 31 mars 2008

	Québec	Hors-Qc	Total
Visiteurs - surtout motivés	9 999	5 333	15 332
Visiteurs - «en partie» motivés	17 462	9 315	26 777
Total	**27 461**	**14 648**	**42 109**

Le sondage ne comprenait pas d'estimation des dépenses des visiteurs. Il est cependant raisonnable de supposer que leur profil de dépenses était similaire à celui des visiteurs ayant participé aux activités du 400e d'avril à octobre 2008. Pour calculer les dépenses touristiques totales, l'achalandage du premier trimestre ainsi calculé a été ajouté à celui mesuré dans le deuxième sondage dont la description suit.

Du 1er avril au 31 octobre 2008

Le second sondage[8] était plus exhaustif que le premier, de par son questionnaire et sa durée. Il couvrait une période de huit mois, période comprenant l'essentiel de la programmation du 400e et comportait 2 volets. Dans le premier volet, des sondeurs ont intercepté 15 452 participants sur les sites de la plupart des activités du 400e, en prenant soin d'exclure les sites de certains événements faisant l'objet d'une estimation d'impact économique distincte, comme le Congrès Eucharistique, afin d'éviter un double comptage. La distribution des interceptions de participants était proportionnelle à l'intensité de la programmation mensuelle, avec un pic en juillet et août. On a ainsi recruté quelque 3 763 visiteurs pour participer au sondage. Ces derniers ont répondu à quelques questions sur place et donné leurs coordonnées aux sondeurs pour un rappel éventuel après leur voyage. Tous ces visiteurs ont été rappelés, ce qui a permis de compléter 1 946 questionnaires par téléphone et par Web. Ce taux de collaboration de 53 % confère au sondage une marge d'erreur maximale de 2,2 %, 19 fois sur 20.

[8] Léger Marketing. Étude sur la participation et les dépenses touristiques du 400e anniversaire de Québec. Décembre 2008.

Le deuxième volet a été réalisé par Internet. Il ciblait la clientèle locale, soit la population de la RMR de Québec. Cette portion du sondage visait, entre autre, à mesurer la satisfaction des citoyens face aux festivités du 400e, leur nombre et leur taux de participation. Ces données, combinées à celles du volet 1, ont permis par pondération et extrapolation d'estimer la participation totale de la population locale et des visiteurs ainsi que les dépenses totales de ces derniers.

Sommaire des principaux résultats de l'étude de Léger Marketing sur la participation aux festivités du 400e anniversaire

PROPORTION DE VISITEURS CENTRÉS

La proportion de visiteurs centrés est une notion importante : elle définit la proportion de visiteurs de plus de 40 kilomètres de la région de Québec (incluant les excursionnistes et les touristes) qui disent être venus à Québec *« surtout »* ou *« en partie »* pour les festivités du 400e. Cette proportion mesure en quelque sorte l'effet de l'attractivité de l'événement auprès des visiteurs de l'extérieur. À l'inverse, les visiteurs non centrés sont des visiteurs venus à Québec et pour lesquels la tenue des festivités du 400e anniversaire n'a eu aucune influence dans leur décision de s'y rendre (comme par exemple une visite à Québec pour des raisons médicales, scolaires, etc.).

Par rapport aux visiteurs seulement (en excluant les participants locaux), la proportion de visiteurs centrés s'établit à 71 %, comme l'indique le tableau suivant :

	Visiteurs seulement (en excluant les participants locaux)			
	Visiteurs centrés « surtout »	**Visiteurs centrés « en partie »**	**Visiteurs non-centrés**	**TOTAL**
Total	**436 507**	**807 488**	**508 231**	**1 752 226**
% de l'ensemble	**24,9 %**	**46,1 %**	**29,0 %**	**100 %**
	71 %			

« Étude sur la participation et les dépenses touristiques du 400e anniversaire de Québec », Rapport final. Léger Marketing, février 2009. Graphique synthèse, p. 12, et estimation BESTE à partir du sondage 1 de Léger Marketing.

Comme le 400e anniversaire de Québec est un événement non récurrent, qu'il s'est déroulé sur une longue période et qu'il comptait plusieurs activités, il est difficile de le comparer avec d'autres événements ayant été tenus à Québec dans le passé. Toutefois, la proportion de visiteurs centrés au 400e anniversaire de Québec (71 %, parmi l'ensemble des visiteurs de l'extérieur) est élevée. La tenue du 400e anniversaire de Québec a donc été un facteur attrayant pour les visiteurs de l'extérieur.

À partir des estimations provenant de l'étude de Léger Marketing[9], il y aurait eu 2 299 871 participants uniques[10] aux festivités du 400e anniversaire. En ajoutant la fréquentation de janvier à mars estimée précédemment, on obtient un total de 2 417 191 participants uniques, comme l'indique le tableau suivant :

	Nombre estimé de participants aux festivités du 400e (personnes uniques)				
Mois d'entrevues	**Nombre maximal de participants locaux par mois**	**Visiteurs centrés « surtout »**	**Visiteurs centrés « en partie »**	**Visiteurs non-centrés**	**TOTAL DE PARTICIPANTS UNIQUES PAR MOIS**
Janvier à mars	*471 809*	15 332	26 777	166 368	680 286
Avril	*221 655*	3 358	67 168	43 659	335 840
Mai	*221 655*	7 514	93 922	52 596	375 687
Juin	*474 975*	33 927	122 136	47 498	678 536
Juillet	*538 305*	197 745	263 660	98 872	1 098 582
Août	*538 305*	87 079	102 911	63 330	791 625
Septembre	*443 310*	46 316	99 249	72 782	661 657
Octobre	*316 650*	45 236	31 665	54 283	447 834
Nombre total de participants uniques pour la période	**664 965**	**436 507**	**807 488**	**508 231**	**2 417 191**
% de l'ensemble	**28%**	**18%**	**33%**	**21%**	**100%**

« Étude sur la participation et les dépenses touristiques du 400e anniversaire de Québec », Rapport final. Léger Marketing, janvier 2009. p. 51 plus estimation B.E.S.T.E de la fréquentation janvier à mars.

Les résultats des sondages se déclinent ainsi, sous l'hypothèse que les attributs des participants de janvier à mars étaient identiques à ceux des participants d'avril à octobre :

- On estime à 2 417 191 le nombre de personnes uniques qui ont assisté ou participé aux festivités du 400e anniversaire de la Ville de Québec, de janvier à octobre 2008. Parmi ces participants, on compte :
  - *664 965 participants locaux (- de 40 km)* *(28%)*
  - *436 507 visiteurs centrés "surtout"* *(18%)*
  - *807 488 visiteurs centrés "en partie"* *(33%)*
  - *508 231 visiteurs non-centrés* *(21%)*

[9] *« Étude sur la participation et les dépenses touristiques du 400e anniversaire de Québec »*, Rapport final. Léger Marketing, janvier 2009.

[10] Ce nombre correspond au nombre de personnes différentes venues au moins une fois à Québec. Cette mesure ne tient pas compte du nombre total de visites effectuées par ces mêmes personnes (visites-personnes). Comme il s'agit du nombre de personnes uniques, il pourrait être hasardeux de comparer ces données avec d'autres données officielles d'achalandage touristique, comme celles de Statistique Canada par exemple. Ces dernières représentent les « visites-personnes » (correspondant aux voyages multiples des mêmes personnes).

- Le taux de participation locale aux festivités du 400e anniversaire de Québec est évalué à 93% de l'ensemble des résidants de la région de Québec RMR.
- Le taux de participation des visiteurs centrés pour les festivités reliées au 400e anniversaire de Québec est évalué à 82 %. 16 % y étaient pour s'imprégner de l'ambiance[11]. Les visiteurs centrés ont participé à 2,7 activités en moyenne. C'est en juillet et en août que l'on observe les plus fortes participations des visiteurs centrés aux activités du 400e (environ 3,5 événements ou activités, en moyenne).

- Au terme des activités du 400e anniversaire, les taux de satisfaction sont élevés.
  - Parmi les participants locaux, la satisfaction a beaucoup évolué. En effet, au début de l'année, Léger Marketing indique que les participants ont accordé une note moyenne de 5,4 sur 10 pour la période de janvier à mars 2008 (6,2 sur 10 en janvier, 4,9 sur 10 en février et 4,5 sur 10 en mars)[12]. Ensuite, la satisfaction moyenne a augmenté jusqu'à 7,2 sur 10 pour la période d'avril à octobre. Un autre sondage réalisé à la mi-novembre par Léger Marketing[13] auprès des résidants locaux indique que la satisfaction a augmenté à 8,5 sur 10, démontrant une satisfaction élevée au terme de l'événement.
  - Satisfaction globale des visiteurs centrés: note moyenne de 8,2 sur 10. La satisfaction a progressivement augmenté au fil des mois.

	Niveau de satisfaction des visiteurs centrés interrogés (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec)
Mois	**Moyenne de satisfaction** (échelle de 0 à 10)
Avril	7,5 sur 10
Mai	7,7 sur 10
Juin	8,2 sur 10
Juillet	8,3 sur 10
Août	8,3 sur 10
Septembre	8,2 sur 10
Octobre	8,6 sur 10
Moyenne globale	**8,2 sur 10**

[11] La différence, 2 %, s'explique par la non-réponse et l'arrondissement à l'entier.
[12] Léger Marketing. « 400e anniversaire de Québec, achalandage de janvier à mars 2008 ». Avril 2008. Auprès des résidants locaux.
[13] Léger Marketing, sondage omnibus réalisé auprès de 300 citoyens adultes de la région de Québec RMR, du 12 au 16 novembre 2008.

- **La provenance des visiteurs centrés à l'étude se répartit comme suit:**

	Provenance des visiteurs centrés interrogés (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec)
Provenance	**%**
Province de Québec *(en excluant les participants locaux)*	65 %
Ailleurs au Canada	14 %
États-Unis	8 %
France	6 %
Ailleurs en Europe	3 %
Autres pays	4 %

La proportion observée de visiteurs centrés provenant des États-Unis traduit la baisse observée de la proportion de visiteurs américains au Canada depuis les dernières années. Les visiteurs de l'extérieur du Canada représentent un peu plus d'un visiteur sur cinq (21 %). Les Américains, quant à eux, constituent 8 % des visiteurs centrés alors que les Français représentent 6 % du total.

C'est durant les mois de juillet, août et octobre que l'on trouve le plus de visiteurs centrés québécois (respectivement 71 %, 77 % et 70 %, comparativement à 65 % pour l'ensemble de la période à l'étude).

- L'âge des visiteurs centrés interrogés se distribue ainsi :

	Groupe d'âge (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec)
Groupe d'âge	**%**
16 à 24 ans	6 %
25 à 34 ans	14 %
35 à 44 ans	15 %
45 à 54 ans	25 %
55 à 64 ans	24 %
65 ans et plus	15 %

Quinze pour cent (15 %) des visiteurs centrés sont des excursionnistes (ces derniers ayant fait un aller-retour le même jour donc n'ayant pas dormi à Québec lors de leur visite). Les autres, 83 %, ont passé une nuit ou plus dans la région[14].

	Nombre de nuits passées dans la région de Québec (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec)
Nombre de nuits dans la région de Québec	**%**
Aucune nuit (excursionnistes)	15 %
1 nuit	14 %
2 nuits	21 %
3 nuits	18 %
4 ou 5 nuits	14 %
6 nuits ou plus	16 %
NSP / Refus	1 %
Moyenne	**3,6 nuits**

En moyenne, les visiteurs centrés ont passé 3,6 nuits dans la région de Québec (incluant « 0 nuit » pour les excursionnistes qui n'ont pas dormi à Québec). En excluant les excursionnistes, le nombre moyen de nuits passées dans la région par les touristes centrés s'établit à 4,2 nuits. En référence, les données de l'Office du tourisme montrent que les touristes demeurent 2,7 nuits en moyenne dans la région. La moyenne de 4,2 nuits traduirait donc une hausse importante d'environ 1,5 nuitée en moyenne.

- Près des deux tiers (63 %) des visiteurs centrés ayant passé au moins une nuit dans la région (parmi les 83 % de visiteurs centrés) ont dormi dans un hébergement commercial, comme un hôtel, un motel ou une auberge.

	Type d'hébergement (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec et qui ont dormi au moins une nuit dans la région de Québec)
Type d'hébergement	**%**
Hébergement commercial	63 %
Chez des parents ou amis	30 %
Les deux	7 %

- La grande majorité des visiteurs centrés (95%) était accompagnée d'au moins une personne lors de la journée où ils ont été rencontrés sur les sites du 400e (5 % étaient seuls). Le quart (25 %) des visiteurs centrés était accompagné d'un enfant ou plus.

[14] Le complément à 100 % s'explique par l'arrondissement des données et le nombre de personnes ayant souhaité ne pas répondre à cette question.

- Lorsque l'on demande aux visiteurs centrés la principale raison de leur voyage dans la région de Québec, on constate qu'un peu moins de la moitié (42 %) affirme que le principal motif de déplacement était d'assister ou de participer au 400e anniversaire de la ville de Québec. De plus, un visiteur centré sur cinq (20 %), est venu pour découvrir la ville de Québec.

	Motif principal de déplacement (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec)
Motif principal de déplacement (une seule réponse possible)	**%**
Assister ou participer au 400e anniversaire de la ville de Québec	42 %
Découvrir la ville de Québec	20 %
Assister à un spectacle, un événement ou une activité spéciale	15 %
Visiter la famille ou des amis	12 %
Assister à un congrès, un colloque ou par affaires	5 %
Pratiquer des activités sportives ou de plein air	2 %
Vacances, loisirs ou détente	2 %
Magasiner, faire des achats	1 %
Autre raison	1 %

- Près de la moitié des visiteurs centrés (48 %) avait entendu parler du 400e dans une publicité dans les médias et 29 %, dans un reportage dans les médias.

	Sources d'information avant l'arrivée dans la région de Québec (visiteurs qui sont venus surtout ou en partie pour le 400e anniversaire de Québec)
Sources d'information (deux mentions possibles)	**%**
Une publicité dans les médias	48 %
Un reportage dans les médias	29 %
Une connaissance	21 %
Connaissait déjà la région	19 %
Internet	18 %
Un dépliant ou une brochure	10 %
Dans les journaux	2 %
Autres	7 %
NSP / Refus	1 %

Le répondant pouvant faire deux mentions, le total excède 100 %.

- L'estimation des dépenses touristiques[15] générées par les visiteurs centrés se répartit comme suit:

Estimation des dépenses des visiteurs (excluant congrès) du 31 décembre 2007 au 31 octobre 2008

	Québec	Hors-Qc	Total
Visiteurs - surtout motivés	128 492 747 $	74 196 306 $	202 689 053 $
Visiteurs - en partie motivés*	48 230 426 $	77 028 031 $	125 258 457 $
Total	**176 723 173 $**	**151 224 337 $**	**327 947 510 $**

* dépenses pondérées à 50 %

Source: Léger Marketing Calculs 1er trimestre 2008 B.E.S.T.I.

3.2 *Le tourisme d'agrément à Québec et le 400e*

3.2.1 Achalandage touristique

Le tableau qui suit présente les prévisions d'achalandage touristique pour la région de Québec en 2008[16].

Prévisions d'achalandage touristique pour la région de Québec (en millier de touristes – excluant les excursionnistes)

	Prévisions d'achalandage touristique pour la région de Québec en 2008 [17]		
	Nombre de visites-personnes[18] *(x 1000)*		
Provenance	**2006 (réel)**	**2007 (réel)**	**Prévisions 2008 (estimé)**
Canada	3 298	3 348	3 631
États-Unis	643	650	592
Autres pays	436	484	474
TOTAL	**4 377**	**4 482**	**4 697**

Pour estimer l'achalandage régional de l'année 2008, en l'absence de données officielles qui ne seront disponibles qu'au début de 2010, l'OTQ a appliqué la prévision d'augmentation d'achalandage de 4,8 % énoncée par le Conference Board du Canada en septembre 2008, soit 4,8 % sur l'achalandage réel de 2007. Cet exercice porte à environ 4,7 millions de visites-personnes le nombre total de touristes à Québec en 2008 dont un

15 Attention! « Dépenses touristiques » n'égalent pas « retombées économiques ».

16 Le lecteur prendra note que les données présentées ici se rapportent à la région touristique de Québec, incluant la ville de Québec et délimitée par Portneuf, Côte-de-Beaupré, Île d'Orléans et la Jacques-Cartier, contrairement à la région métropolitaine de recensement, qui inclut une partie de la Rive-Sud de Québec.

17 Office de tourisme de Québec, actualisation du *« Plan de développement marketing 2009 »*, à partir des données du Conference Board du Canada. Sources originales du tableau : Statistique Canada, Conference Board du Canada.

18 Visites-personnes : nombre de visites effectuées par les personnes ayant visité un endroit donné.

peu moins de 80 % proviendraient du Canada (3,631 millions). Les touristes provenant des États-Unis représenteraient environ 592 000 visites-personnes alors que les touristes d'autres pays seraient environ 474 000. Les estimations du Conference Board tiennent compte de la tenue du 400e dans leurs prévisions.

Toutefois, les données en hébergement commercial et les informations recueillies par l'Office du tourisme de Québec laissent croire à un nombre de touristes en 2008 à Québec qui serait davantage autour de 4,8 millions de visites-personnes (au lieu de 4,697 millions).

Il est à noter qu'une hausse de près de 200 000 visites-personnes (potentiellement 300 000) entre 2007 et 2008 (de 4 482 000 à 4 697 000) est majeure pour l'industrie touristique régionale, d'autant plus que les résultats ont été majoritairement négatifs pour les destinations canadiennes en 2008.

3.2.2 Statistiques hôtelières

Les statistiques hôtelières de la région de Québec montrent que le nombre de chambres occupées de la région, tout comme le prix moyen de la chambre, ont augmenté de façon comparable entre 2007 et 2008.

Statistiques hôtelières – Région touristique de Québec[19] - Moyenne cumulative

Moyenne cumulative	2006	2007	2008
Nombre de chambres disponibles quotidiennement, en moyenne	11 888	11 955	12 012
Nombre de chambres occupées en moyenne quotidiennement	6 573	6 684	7 295
Taux d'occupation	55,3 %	55,9 %	60,8 %
Prix moyen	118,10 $	121,91 $	132,62 $

Le nombre de chambres occupées quotidiennement, en moyenne, s'établit à 7 295 en 2008, comparativement à 6 684 l'année qui précède. Par ailleurs, pendant que le nombre de chambres disponibles est demeuré relativement stable de 2007 à 2008 (11 955 en 2007 par rapport à 12 012 en 2008), la moyenne cumulative du taux d'occupation a augmenté de 4,9 points de pourcentage, passant de 55,9 % en 2007 à 60,8 % en 2008. Durant la même période, le prix moyen d'une chambre est passé de 121,91 $ à 132,62 $, soit une hausse de 10,71 $.

C'est en juillet et en août que les nombres de chambres occupées (moyenne quotidienne) ont été les plus élevés (respectivement 9 684 et 10 585). On y constate par ailleurs que le coût moyen d'une chambre a augmenté de 17,10 $ en juillet (juillet 2007 : 137,60 $

[19] Données cumulatives de janvier à décembre, pour 2006, 2007 et 2008. Source : Office du tourisme de Québec, ÉCHOtourisme STATistique (ÉCHOSTAT), bilan 2008, p. 10. À partir de données de l'Institut de la statistique du Québec. Établissements d'hébergement commerciaux de 4 chambres et plus.

comparativement à juillet 2008 : 154,70 $) et en août, cette hausse était de 16,70 $ (août 2007 : 142,30 $ comparativement à août 2008 : 159,00 $)[20].

Par ailleurs, à titre informatif, le nombre moyen d'unités de location occupées quotidiennement dans la région de Chaudière-Appalaches (dont une portion fait partie de la RMR de Québec) montre une hausse de 18,9 % entre 2007 (884) et 2008 (1 051). Il semble raisonnable de poser l'hypothèse qu'une partie de cette hausse soit attribuable à l'effet 400e.

Le tableau qui suit présente quant à lui l'indice de performance de l'hôtellerie[21], se rapportant à l'évolution du nombre de chambres louées (moyenne cumulative). Pour les fins de comparaison, l'indice 100 a été fixé par rapport aux résultats de 2002. On constate que l'année 2008 montre une augmentation de 13,4 % comparativement à 2002 (année de référence). En comparaison avec les variations de l'indice pour les années précédentes, on constate que 2008 a été une très bonne année pour l'hôtellerie.

Indice de performance de l'hôtellerie – évolution du nombre de chambres louées

Année	Indice (2002 = 100)
2002	100,0
2003	95,6
2004	100,7
2005	101,9
2006	101,9
2007	103,6
2008	113,4

Comparatif avec d'autres villes canadiennes

Pour des fins de comparaison avec d'autres villes canadiennes, l'Office du tourisme de Québec utilise les données de la firme HVS. Les données du tableau qui suit montrent bien que Québec a su tirer son épingle du jeu en 2008. En effet, les chambres louées d'hôtels à bannières[22] ont cru de 10,5 % en 2008 comparativement à 2007. Cette hausse se démarque des résultats observés dans les principales régions métropolitaines du Canada et de la moyenne observée au Québec. En effet, en incluant la région de Québec, le nombre de chambres louées au Québec affiche une baisse de 2,0 %.

[20] Office du tourisme de Québec, ÉCHOtourisme STATistique, bilan 2008, p. 10.

[21] Office du tourisme de Québec, « Indicateurs de fréquentation et d'activité touristique, résumé 2002-2008 », ÉCHOtourisme STATistique, bilan 2008. Cette indice, à base 100 (pour l'année 2002) permet de décrire l'évolution du nombre de chambre occupées.

[22] Ces données se rapportent seulement aux hôtels à bannières. Données présentées à titre informatif.

Chambres louées dans les villes canadiennes – hôtels à bannières

Régions métropolitaines	Variation en % 2008 comparativement à 2007
Québec	**10,5 %**
Montréal	- 2,2 %
Ottawa	1,0 %
Toronto	0,2 %
Calgary	- 3,0 %
Edmonton	1,6 %
Vancouver	- 1,4 %
Québec (province)	**-2,0 %**
Canada	**-0,2 %**

Source : Office du tourisme de Québec.

4.0 Le tourisme d'affaires – les congrès

Le tourisme d'affaires est une constituante importante de l'économie touristique dans la région de Québec. Historiquement, il représente entre 12 % et 20 % des dépenses touristiques. Une grande part de ce tourisme gravite autour des congrès, des foires et des événements de cette nature. Les plus importants congrès dans la région se tiennent au Centre des congrès de Québec. Les autres utilisent les installations offertes dans les grands hôtels de Québec et le Centre de foires de Québec.

Les dernières données de l'Office du tourisme de Québec, en comparant 2007 et 2008, montrent une hausse importante des congrès dans la région[23].

	2007	2008	Δ variation 2007/2008
Nombre de congrès	343	489	+ 146
Nombre de délégués	97 554	153 831	+ 56 277
Nombre de nuitées	156 994	301 682	+ 144 688

L'analyse de ce tableau indique bien une hausse importante du nombre de congrès (+ 146), tout comme le nombre de délégués (+ 56 277) et le nombre de nuitées (+ 144 688).

La motivation des organisateurs de congrès quant au choix de Québec pour la tenue de leurs événements revêt une importance similaire à celle des visiteurs d'agrément. En effet, on cherche ici aussi à identifier le lot de congressistes qui s'est ajouté aux visiteurs d'affaires qui fréquentent chaque année la région de Québec.

4.1 Congrès au Centre des congrès de Québec (CCQ)

La Société du centre des congrès de Québec (SCCQ) produit chaque année une étude d'impact économique des dépenses de ses congressistes et de ses activités d'exploitation. La méthodologie détaillée pour calculer les impacts des congressistes au CCQ se résume comme suit. La SCCQ effectue un tri initial des congrès qui s'y sont tenus dans l'année à l'étude pour éliminer ceux dont les participants sont essentiellement d'origine locale, comme les salons par exemple. La SCCQ procède ensuite à un sondage auprès des organisateurs sélectionnés de congrès pour caractériser leurs participants. L'estimation de la dépense quotidienne des participants et des organisateurs provient d'une étude menée par l'IACVB il y a quelques années. Une fois ces informations disponibles, il suffit d'effectuer le croisement entre l'origine des participants, la durée du séjour et les vecteurs de dépenses quotidiennes des congressistes pour calculer les dépenses des congressistes.

[23] Source : Office du tourisme de Québec, Échostat, p. 14. Données concernant des congrès de 50 participants ou plus. Ces statistiques sont compilées à partir des données reçues sur une base volontaire. Elles sont présentées à titre indicatif et elles peuvent donc ne pas être représentatives de l'ensemble des congrès tenus dans la région de Québec.

Finalement, les dépenses admissibles au calcul des retombées économiques de la SCCQ ont été estimées sur la base d'états financiers provisoires.

4.1.1 Congrès tenus au CCQ et motivés par le 400e

La direction des ventes et du marketing de la SCCQ a élaboré une liste de 27 congrès et événements non récurrents susceptibles de s'être tenus à Québec en raison des festivités du 400e. Pour mettre en perspective le nombre de congrès retenu dans la liste, il est utile de savoir qu'il se tient annuellement un peu plus de 55 congrès au CCQ. En 2008, 72 congrès s'y sont tenus, dont 10 congrès internationaux.

De la liste initiale de la SCCQ, 2 événements ont été retranchés parce qu'ils étaient sur la liste des congrès tenus dans les hôtels et un autre parce qu'il a été annulé, ce qui a réduit le nombre à 24.

Comme la SCCQ effectue annuellement des validations post-événement par sondage pour chacun des congrès, la SCCQ a profité de ce sondage pour valider l'influence réelle du 400e. En sus des questions usuelles du sondage, à la demande du Consultant, deux questions ouvertes étaient posées :

a) *Dans quelle mesure la tenue du 400e anniversaire de la Ville de Québec a-t-elle influencé la décision finale de venir à Québec ? Diriez-vous que le 400e a beaucoup influencé votre décision, partiellement influencé votre décision ou pas du tout influencé votre décision de venir à Québec ?*
b) *Est-ce que l'événement a été devancé ou retardé pour se tenir en 2008 ? (en d'autres termes, l'auriez-vous tenu à Québec une autre année ou l'avez-vous tenu pour le 400e) ?*

Suite au sondage, 9 événements ont été identifiés comme principalement (beaucoup) motivés par la tenue du 400e, 12 congrès comme étant partiellement motivés et 3 congrès éliminés de la liste.

4.1.2 Fréquentation au CCQ en raison du 400e

Les congrès principalement motivés par le 400e ont engendré 92 469 nuitées, alors que ceux partiellement motivés ont ajouté 59 838 nuitées, pour un total de 152 307 nuitées, selon les calculs du CCQ.

4.1.3 Calcul des dépenses des congressistes et organisateurs - CCQ

À l'instar de la méthode utilisée pour les dépenses touristiques des visiteurs, les dépenses des congressistes principalement motivés ont été pleinement comptabilisées, mais seuls 50 % des dépenses des congressistes partiellement motivés ont été pris en compte dans le calcul des retombées économiques.

Il existe une grande diversité de participants aux congrès et événements qui se tiennent au CCQ. L'étude de l'IACVB a permis de calculer des vecteurs de dépenses spécifiques à plusieurs d'entre eux. Les principaux vecteurs sont : celui des dépenses quotidiennes des congressistes qui sont estimées à 330,26 $, celui des organisateurs à 52,09 $ et celui des exposants à 85,71 $.

Les informations sur la fréquentation et celles sur les dépenses selon la nature et l'origine des participants permettent de calculer les dépenses des congressistes. Au total, ces dépenses se chiffrent à 49,4 M $, dont 37,6 M $ pour les congrès principalement motivés et 11,8 M $ pour les partiellement motivés.

4.2 Congrès tenus dans les hôtels et autres lieux

Les hôtels de Québec accueillent chaque année des congrès de petite et moyenne envergure. L'Office du tourisme de Québec maintient des liens étroits avec les hôtels, ce qui permet de dresser annuellement une liste des congrès qui s'y tiennent. Cette liste a été analysée avec les responsables des congrès dans les hôtels pour en extraire les congrès susceptibles de s'être tenus à Québec en 2008 en raison des festivités du 400e. Par analogie avec le tourisme d'agrément, on peut parler de « congrès centrés ».

4.2.1 Détermination des congrès centrés

La liste originale de l'OTQ contenait 40 congrès s'étant tenu dans les hôtels qui, a priori, auraient pu être influencés (principalement ou partiellement) par le tenue du 400e anniversaire. De ce nombre, Desjardins Marketing Stratégique a constitué un échantillon de 28 congrès ayant eu lieu à l'extérieur du Centre des congrès de Québec afin de contacter les organisateurs pour connaître l'influence de la tenue du 400e dans la décision de tenir le congrès à Québec. L'échantillon a été constitué en privilégiant les congrès les plus importants en termes de participants.

En fonction des résultats du sondage, 21 congrès peuvent être attribués au 400e. Le sondage a permis d'établir si la tenue du 400e anniversaire a influencé, beaucoup ou en partie, la décision de choisir Québec comme ville hôte. Il est à noter que les congrès retenus sont non récurrents et qu'ils n'ont pas été devancés ou retardés pour être tenus en 2008 simplement pour coïncider avec le 400e.

Le tableau qui suit présente les détails entourant l'importance relative de ces derniers.

Entrevues auprès des organisateurs de congrès hors CCQ (hôtels et autres lieux)

		Nombre de congrès	Nombre de participants	Nombre de nuitées
A	Nombre de congrès ciblés comme étant possiblement attribuables au 400e anniversaire de Québec	40	10 495	21 609
B	Nombre d'entrevues auprès d'organisateurs (parmi la liste des congrès ciblés)	28	8 728	18 635
C	Proportion de l'échantillon sur l'ensemble (B/A)	70,0 %	83,2 %	86,2 %
D	Nombre de congrès attribuables au 400e anniversaire de Québec	21	6 978	15 376
E	Proportion (D/B)	75,0 %	79,9 %	82,5 %

Entrevues auprès des organisateurs de congrès hors CCQ (hôtels et autres lieux) - Tableau détaillé

		Nombre de congrès		Nombre de participants		Nombre de nuitées	
A	Nombre de congrès ciblés comme étant possiblement attribuables au 400e anniversaire de Québec	40		10 495		21 609	
B	Nombre d'entrevues auprès d'organisateurs (parmi la liste des congrès ciblés)	28		8 728		18 635	
C	Nombre de congrès attribuables au 400e anniversaire de Québec	21		6 978		15 376	
D	Nombre de congrès attribuables au 400e anniversaire de Québec selon l'influence	Beaucoup	Partiellement	Beaucoup	Partiellement	Beaucoup	Partiellement
		12	9	3 753	3 225	8 979	6 397
E	% Proportion des congrès attribuables selon l'influence/ congrès appelés (D/B)	42,9 %	32,1 %	43,0 %	37,0 %	48,2 %	34,3 %

4.2.2 Fréquentation dans les hôtels en raison des congrès centrés

Le sondage auprès des organisateurs de congrès hôteliers à permis de déterminer que du total potentiel de 28 127 nuitées de la liste initiale, 8 979 étaient principalement motivées et 6 387 partiellement motivées. Une révision ultime de la liste par l'OTQ a permis

d'éliminer 6 congrès comptant un total de 3 259 nuitées parce que non motivées. En répartissant le solde de 9 492 nuitées des congrès non sondés proportionnellement aux résultats du sondage, on obtient un total de 13 554 nuitées principalement motivées et 9 653 partiellement motivées.

Le degré de motivation interviendra plus tard dans le calcul des impacts économiques alors que seul 50 % de la dépense associée aux congrès à motivation partielle sera prise en compte.

4.2.3 Dépenses des congressistes - hôtels

Il n'y a pas eu de sondage pour estimer les dépenses des congressistes dans les hôtels en 2008. Il faut donc recourir à des données secondaires pour estimer les dépenses de ces derniers. Après analyse de plusieurs vecteurs, le vecteur de dépenses retenu pour les congressistes hôteliers est le même que celui utilisé par la Société du Centre des congrès pour les congressistes avec ou sans salon qui totalise 330,26 $ par jour. Il s'agit du seul vecteur spécialisé disponible sur les dépenses des congressistes. Par exemple, les vecteurs de Statistique Canada sur le tourisme d'affaires comptent dans l'échantillon un nombre important de voyageurs de commerces ou d'affaires de courte durée. Ces voyageurs ont un profil de dépenses différent des congressistes, et surtout un niveau de dépenses quotidiennes inférieur.

Contrairement au cas des congrès tenus au CCQ, les dépenses des organisateurs et des exposants n'ont pas été prises en compte dans le calcul des dépenses touristiques des congressistes hôteliers. Il y a présomption à l'effet que les dépenses des organisateurs des petits et moyens congrès se font surtout au siège de l'organisation et non dans la ville où se tient l'événement. Il y a donc une légère sous-estimation des dépenses à ce chapitre. Pour ce qui est des exposants, ils sont peu nombreux dans les hôtels.

4.2.4 Dépenses des congressistes – sommaire CCQ et hôtels

Le tableau qui suit présente la valeur estimée en millions de dollars des dépenses des congressistes centrés sur le 400e.

Dépenses des congressistes centrés 400e

	CCQ	Hôtels	Total (M$)
Congrès surtout motivés	37,6	4,5	42,1
Congrès en partie motivés	11,8	1,6	13,4
Total	**49,4**	**6,1**	**55,5**

5.0 Le tourisme lié aux autres événements

Certains événements qui se sont tenus dans le cadre du 400e anniversaire de Québec ont, compte tenu de leurs particularités, fait l'objet d'une évaluation indépendante de leurs impacts économiques. La liste de ces événements a été élaborée par l'OTQ et approuvée par le comité de pilotage. Elle comprend des événements d'envergure comme le Congrès Eucharistique International Québec 2008. On se souviendra que le sondage des participants réalisé par Léger Marketing excluait ces événements et leurs participants afin d'éviter de compter leurs dépenses en double. Il y a eu une exception à cette règle, soit le tournoi de la Fédération internationale de hockey sur glace dont les participants ont été inclus dans l'échantillon du 2e sondage de Léger Marketing.

Parmi les dépenses incluses dans cette section, il y a les dépenses des missions étrangères accueillies par le ministère des Relations internationales (MRI) et celles engendrées par l'organisation du Congrès Eucharistique et du Sommet de la francophonie.

5.1 Détermination des autres événements centrés

En ce qui concerne les autres événements, 15 événements spécifiques avaient été préalablement identifiés comme ayant été tenus à Québec en raison du 400e, à partir d'une liste dressée par l'Office du tourisme de Québec. De ce nombre, un événement a été annulé. Desjardins Marketing Stratégique et BESTE ont tenté de rejoindre l'ensemble des organisateurs d'événements ciblés afin de connaître l'influence du 400e dans la décision de tenir l'événement à Québec. Quatorze entrevues ont effectivement été complétées.

Des 14 organisateurs d'événements rejoints, dix événements peuvent être attribués principalement au 400e anniversaire, un événement est partiellement attribuable et les 3 autres n'ont pas été considérés comme liés. Le seul événement non rejoint compte pour 166 nuitées et a été considéré comme partiellement motivé. Finalement, les événements retenus sont non récurrents et n'ont pas été devancés ou retardés pour être tenus en 2008 simplement pour coïncider avec le 400e.

5.2 Calcul des nuitées et des dépenses admissibles

Le nombre de nuitées engendrées par les autres événements a été obtenu auprès des organisateurs d'événements ou de l'OTQ. Le total se chiffre à 86 860 nuitées. Selon le sondage, 84 203 nuitées sont attribuables à des événements dont la tenue à Québec a été principalement motivée par le 400e, alors que 2 657 nuitées ont été partiellement motivées par le 400e et leurs dépenses associées, comptabilisées à 50 %.

Il n'y a pas eu de sondage pour évaluer les dépenses des participants à ces événements spécifiques. On leur a attribué le même vecteur de dépenses que celui moyen des visiteurs centrés (toutes origines confondues) du 2e sondage de Léger Marketing, mais calculé sur une base individuelle et par nuitée (73,50 $). Les dépenses touristiques

générées par ces événements spéciaux calculées sur cette base totalisent 6,3 M$. À ces dépenses touristiques s'ajoutent les dépenses d'organisation d'événement qui suivent.

Ministère des Relations internationales

Le ministère des Relations internationales (MRI), reçoit annuellement plusieurs délégations. Ces organismes confirment toutefois qu'ils ont connu un accroissement d'activités palpable en raison du 400e qui a engendré des dépenses supplémentaires de 1,1 M$ en 2008.

Organisation du Congrès Eucharistique Mondial

Les dépenses admissibles pour l'organisation du congrès Eucharistique totalisent 13,0 M$, dont une partie du financement provient de la Société du 400e (spectacle avant la messe) et une autre du MRI.

Championnat mondial de hockey 2008

Les dépenses d'organisation de ce tournoi de hockey majeur se sont élevées à 9,6 M$. Il s'agit d'un événement inclus dans le budget et la programmation de la Société du 400e, mais traité séparément. L'événement s'est autofinancé, mais la portion des revenus provenant des ventes de billets ou de souvenirs aux participants de l'extérieur est inconnue. Il n'est donc pas possible de connaître la quantité d'argent frais injectée dans l'économie en raison de l'organisation de cet événement. On a donc fait l'hypothèse que cette fraction équivaudrait à 5 % des dépenses, soit 478 000 $. Il s'agit sans doute d'un minimum.

Sommet de la Francophonie

L'organisation d'un événement international de l'envergure du Sommet de la Francophonie est une entreprise colossale qui a coûté quelque 61,8 M$, dont 32,8 M$ pour le Secrétariat à Québec et 27,9 M$ pour la sécurité. Comme il n'a pas été possible d'obtenir l'estimé des dépenses supplémentaires en sécurité de la GRC, elles ont été exclues. Les dépenses de prise en charge des délégations assumées par le Secrétariat du sommet ont également été exclues puisqu'il y aurait eu double comptage avec celles mesurées dans les calculs du congrès à la SCCQ. Le montant net des dépenses du Sommet pris en compte dans le calcul des retombées économiques est de 25,3 M$.

Spectacles Kiugwe

La Nation huronne-wendat a souligné le 400e anniversaire de Québec en présentant une programmation autochtone, dont une série de 24 spectacles nommés Kiugwe, financés en partie (700 000 $) par la Société du 400e. Les dépenses d'organisation de ces spectacles ont été de 1,3 M$, et les dépenses touristiques estimées à 300 000 $, pour un total de 1,6 M$.

6.0 Dépenses pour les infrastructures et les legs

Un legs se définit comme étant, entre autres, *« ce qu'une génération transmet aux générations suivantes »*. Plusieurs legs ont été transmis aux générations futures à l'occasion du 400e anniversaire de Québec.

Les legs et les investissements découlant du 400e ont pris deux formes : des legs symboliques et physiques sous la forme d'infrastructures.

D'abord, les legs symboliques sont ceux qui ont été donnés par des gouvernements ou des associations, dans le but d'affirmer le lien historique, politique, social, culturel ou affectif avec la ville de Québec. Citons :

Donateur	Nature du legs
Ville de Bordeaux – France	Mascarons sur la façade de l'hôtel de ville
CAA-Québec, collaboration CCNQ	Œuvre d'art public, ruelle John-Goudy et rue Saint-Paul
Chambre de commerce de Québec	Œuvre d'art public
Gouvernement des États-Unis d'Amérique, consulat général à Québec	Stèle, belvédère sur la promenade Champlain, parc de la Jetée
États de la Nouvelle-Angleterre, États-Unis	Stèle de granite, belvédère sur la promenade Champlain, parc de la Jetée, hommage au Franco-américains
État du Vermont, États-Unis	Stèle en granite, belvédère sur la promenade Champlain, hommage à Samuel de Champlain
Jura – Suisse	Horloge, nouveau hall d'entrée de la Bibliothèque Gabrielle-Roy (aménagements en préparation, projet en collaboration entre le Jura et la Ville de Québec)
Ville de Montréal	Œuvre d'art contemporaine, Place de la gare, rue Saint-Paul
Namur – Belgique	Banc de pierre bleue de Wallonie, hôtel de ville, côté ouest. Emplacement définitif : Place de Namur, intersection Cartier et René-Lévesque
Ville de Paris – France	Mise en lumière de la façade ouest de l'hôtel de ville
Gouvernement des Pays-Bas, consulat général des Pays-Bas	Quatre bancs et dix lampadaires recyclés, œuvre réalisée *in situ*
Gouvernement du Royaume-Uni	Copie d'une partie de l'Acte de Québec de 1774
Ville de Xi'an, Chine	Deux statues de terre cuite – Soldats et aménagement d'une place publique (intégration après 2008) et Confucius
Gouvernement de l'Ontario	Plaque
Gouvernement de l'Arménie	Buste de Komitas, rue d'Auteuil

Source : Ville de Québec, Commissariat aux relations internationales et aux Fêtes du 400e anniversaire de Québec

D'autres legs, de nature moins symbolique mais davantage du domaine des infrastructures, ont été réalisés sous l'impulsion du 400e anniversaire de Québec et leur financement provient de différents ordres. Certaines de ces améliorations avaient déjà été prévues bien avant le 400e anniversaire.

Citons, par exemple :

Legs et infrastructures liées, directement ou indirectement[24], au 400e anniversaire de Québec
Promenade Samuel-de-Champlain
Bassin Brown
Fontaine de Tourny
Pointe-à-Carcy
Baie de Beauport
Aménagement de la rivière Saint-Charles
Pôle touristique de Wendake
Espace 400e
Aéroport de Québec, améliorations aéroportuaires
Restauration du Musée de l'Amérique Française

Enfin, il est à noter que certains événements et prestations, comme *le Moulin à Images*, ont permis de repousser le domaine de la projection visuelle par la taille de «l'écran» (30 m par 600 m). En soi, la technique et l'ingéniosité des créateurs constituent un legs artistique pour les générations à venir. *Le Chemin qui marche* a aussi encore prouvé la capacité des créateurs de Québec à réaliser des événements uniques et spectaculaires.

Au terme des festivités du 400e anniversaire de Québec, il est certain que les legs et les infrastructures découlant de l'événement ont contribué au raffermissement des liens affectifs et culturels entre la ville de Québec et ses homologues et autres gouvernements. Ils ont contribué à soutenir la fierté régionale et à souligner la beauté de la Ville.

6.1 Dépenses admissibles – infrastructures et legs

Les dépenses admissibles sont celles qui n'auraient pas été effectuées dans la région n'eut été des festivités du 400e et qui ont été défrayées par des argents qui n'auraient pas été dépensés dans la région autrement.

Présents et legs

En ce qui a trait aux legs, la majorité des dépenses ont été effectuées à l'extérieur du Québec et, de ce fait, elles n'ont pas eu d'impact économique dans la région. Si on prend en exemple les œuvres d'art, elles ont souvent été créées dans le pays d'origine et leurs installations ont été défrayées par l'argent local de la Ville de Québec.

Une contribution à la rénovation du Musée de l'Amérique Française est le principal présent offert par la France à la ville de Québec pour son 400e anniversaire. Le coût total de la réfection et du réaménagement du Musée a été de 4,2 M$. La contribution française a été de 2,0 M$ auxquels il faut retrancher 300 000 $ qui ont servi à défrayer les honoraires des architectes Français responsables du concept. Le solde a été financé par le

[24] Certains de ceux-ci avaient déjà été planifiés avant 2008, mais il est possible que certains d'entre eux puissent avoir profité de « l'impulsion 400e » pour se concrétiser.

gouvernement du Québec. L'injection d'argent neuf dans la RMR de Québec a donc été de 3,9 M$.

Infrastructures

Parmi les infrastructures réalisées dans le cadre des festivités du 400e identifiées précédemment, les dépenses pour la rénovation de l'aéroport de Québec et celles de l'aménagement de la rivière Saint-Charles n'ont pas été prises en compte dans le calcul de l'impact économique. En effet, dans les deux cas, on considère qu'il s'agit plutôt d'investissements qui ont été devancés pour le 400e, mais que selon toute probabilité ils se seraient réalisés dans un proche avenir. Pour les autres, les calculs de dépenses sont présentés ci-après.

Espace 400e

Pour la réalisation de l'Espace 400e et des expositions attenantes, le gouvernement du Canada, via Patrimoine Canada et Parcs Canada, a dépensé 24,0 M$. Or, certaines dépenses, comme la gestion de projet assurée par des employés réguliers, ont été retranchées parce qu'elles ne sont pas financées par de l'argent frais. Le total admissible ainsi obtenu est de 18,2 M$. Il s'agit essentiellement de dépenses d'investissement, les dépenses d'exploitation étant imputées aux dépenses de la Société du 400e.

Bassin Brown, Pointe-à-Carcy et Baie de Beauport

Les coûts d'investissements pour les aménagements offerts par le Gouvernement du Canada aux Québécois pour le 400e au Bassin Brown, à la Pointe-à-Carcy et à la Baie de Beauport ont été de 7,1 M$, de 18,4 M$ et de 18,2 M$ respectivement, pour un total de 46,3 M$. Tout comme dans le cas de l'Espace 400e, il faut retrancher de cette somme les salaires et les avantages sociaux des travailleurs réguliers, ainsi que les frais généraux du Port de Québec, l'agence d'exécution du gouvernement du Canada. Le total des dépenses admissibles est donc de 43,1 M $ pour ces infrastructures.

Promenade de Champlain

La Commission de la capitale nationale du Québec a présenté un budget détaillé des dépenses en infrastructure réalisées dans le cadre des fêtes du 400e anniversaire de la Ville de Québec. Outre, le projet de la promenade Samuel de Champlain dont les coûts s'élèvent à 68,7 M$, d'autres projets ont été pris en compte tel que l'installation de la Fontaine de Tourny (2,1 M$), la mise en lumière de l'Anse de la Chute Montmorency et de l'église Notre-Dame des Victoires (1,2 M$). Seules les dépenses directes en infrastructure ont été considérées en excluant les contributions provenant de la Ville de Québec ce qui porte l'estimé de l'investissement admissible à 62,5 M$.

Total des dépenses admissibles en présents, legs et infrastructures

Musée de l'Amérique Française	3,9 M$
Espace 400e	18,2 M$
Bassin Brown, Pointe-à-Carcy et Baie de Beauport	43,1 M$
Promenade de Champlain	62,5 M$
Total	127,7 M$

7.0 Dépenses d'organisation du 400e

La majorité des dépenses d'organisation du 400e ont été financées par les gouvernements du Québec et du Canada (80 M$) à partir de budget dégagé spécifiquement pour cet événement, ce qui les rend admissibles au calcul de l'impact économique. Le secteur privé a contribué pour plus de 5 M$ pour supporter la programmation.

Budget de la Société des Fêtes du 400e

CATÉGORIE DE DÉPENSES PAR DIRECTION '000$	Réel 2005 - 2006	Réel 2006- 2007	Réel 2007 - 2008	Budget 2008 - 2009	TOTAL
Productions du 400e	265	1 226	6 041	29 258	**36 790 $**
Espace 400e	272	1 587	4 094	12 537	**18 490 $**
Programmation associée	115	1 954	7 700	12 319	**22 088 $**
Communication - Marketing	830	2 285	6 716	7 494	**17 325 $**
Administration	1 029	1 521	2 401	2 206	**7 157 $**
Contingence				1 850	**1 850 $**
Dépenses totales	2 511	8 573	26 952	65 664	**193 700 $**

Source : Société des Fêtes du 400e, données estimatives au 24 septembre 2008.

Pour les rendre admissibles au calcul de l'impact économique, on a retranché au budget de 103,7 M$ un montant proportionnel à la contribution de la Ville de 5 M$ et aux revenus essentiellement locaux de billetterie, de commercialisation et de loyer (2,3 M$). On a également retranché un montant de 0,4 M$ en prêt de personnel et la contribution directe de 10,6 M$ à certains événements pris en compte dans les « autres événements » (Championnat mondial de Hockey sur glace, Congrès Eucharistique et Kiugwe).

Les dépenses d'organisation admissibles au calcul des retombées économiques ont donc été estimées à 85,0 M$.

8.0 Impact consolidé du 400e

8.1 Impact sur le produit et l'expérience touristique de Québec

8.1.1 Le 400e de Québec dans les médias

Afin de valider qualitativement la couverture de presse concernant le 400e anniversaire de Québec, la Société du 400e a effectué une cueillette de certaines coupures de presse, imprimées ou électroniques. La compilation a été réalisée à l'interne, à partir de coupures de presse reçues par diverses sources et grâce à une recherche sur Internet. Ainsi, cette compilation n'est pas exhaustive en soi, mais permet d'avoir un échantillonnage de la couverture totale.

Citons, notamment :

Exemples de médias canadiens et américains ayant parlé du 400e anniversaire de Québec	
Boston Globe	Boston, Massachusetts, États-Unis
The New York Times	New York, États-Unis
Chicago Tribune	Chicago, Illinois
The Western Star	Corner Brook, Terre-Neuve
USA Today	Ensemble des États-Unis, à partir de McLean, Virginie
North Bay Nugget	North Bay, Ontario
Ottawa Citizen	Ottawa, Ontario
Peterborough Examiner	Peterborough, Ontario
The Star	Phoenix, Arizona
The Thunder Bay Chronicle	Thunder Bay, Ontario
National Post	Toronto, Ontario
The Globe and Mail	Toronto, Ontario
The Vancouver Sun	Vancouver, Colombie-Britannique
Time Colonist	Victoria, Colombie-Britannique
The Whitehorse Star	Whitehorse, Yukon
Winnipeg Free Press	Winnipeg, Manitoba

De plus, certains articles, faisant référence directement ou indirectement au 400e, ont été recueillis par la Société du 400e. Ces références, parues ailleurs dans le monde, proviennent de magazines, de journaux, de sites Internet, de blogues, de revues de tourisme ou elles ont été relayées par des agences de presse.

Depuis les dernières années, le nombre de journalistes dans la région se situe autour de 500 par année. Pour 2008 seulement, le nombre de journalistes dans la région s'est accru de façon importante, ces derniers étant plus de 700 à couvrir la région. Une analyse sommaire et préliminaire des retombées médiatiques réalisée par l'Office du tourisme de Québec établit à environ 12 M$ la valeur média des articles et émissions connus et parus

à ce jour grâce à ces journalistes, ce qui se compare avantageusement à une valeur moyenne approximative de l'ordre de 7 M$ par année).

Citons, en vrac, ces exemples :

Exemples de médias internationaux imprimés (ou Internet) ayant parlé du 400e anniversaire de Québec	
Allemagne	Stuttgarter Zeitung
Allemagne	Rheinische Post
Allemagne	Der Tagesspiegel
Angleterre	The Daily Telegraph
Angleterre	The Sunday Mirror
Angleterre	World Travel Guide
Australie	The Sydney Morning Herald
Belgique	La Dernière Heure
Belgique	Le Soir
Chili	El Mercurio
Chine	China Daily
Chine	China View
Espagne	El Diario Vasco
États-Unis	The New York Times
France	Agence France Presse
France	Ouest France
France	Pélerin
France	Le Figaro
France	Sud Ouest
France	Le Monde
France	France Info
Inde	Reuters (Inde)
Israël	World Jewish Digest
Israël	Jerusalem Post
Italie	Condé Nast Traveler
Italie	La Nazione
Maroc	Aujourd'hui Le Maroc
Mexique	Impacto
Suisse	20 minutes.ch
Suisse	TSRinfo.ch
Vietnam	Le Courrier du Vietnam

Par ailleurs, certains journalistes ou équipes télé ont été reçus en 2008 par l'Office du tourisme de Québec, dont ceux-ci :

Émission/sujet	Auditoire estimé	Émission/sujet	Auditoire estimé
Are We There Yet	2,567 M	UK Daily Express	790 000
CBS News, The Early Show (séquences)	3, 5 M	Canadian Living (Internet)	900 000 visiteurs/mois
Better Homes and Gardens	7,6 M	TF1, reportages pour le téléjournal	Entre 3 M et 4 M
France 5, Fourchette et sac à dos	Entre 1,5 M et 5 M	Phi Effects Productions (Mexique) – Québec a la carta, pour le canal 22	15 M
Nine Network, segments météo (Australie)	1 000 000		

8.1.2 Satisfaction à l'égard des événements du 400e

De janvier à mars 2008, Léger Marketing a sondé les participants locaux aux activités du 400e anniversaire. La note globale pour ces trois mois se situe à 5,4 sur 10. Toutefois, au fil de l'événement, pour les périodes d'avril à octobre, la satisfaction globale des participants locaux a augmenté à 7,2 sur 10, atteignant 7,6 en juillet[25].

Au terme du 400e, Léger Marketing a mesuré la satisfaction des résidants de la région à l'égard de l'événement. Le sondage réalisé entre les 12 et 16 novembre 2008 auprès de 300 citoyens adultes de la région de Québec (région métropolitaine de recensement)[26] montrait une satisfaction élevée à l'égard de l'ensemble des festivités du 400e anniversaire de Québec.

En effet, les répondants sondés ont accordé une note de 8,5 sur 10 à l'égard des festivités. Globalement, ce sont 50 % des répondants qui ont accordé une note de 9 ou 10 sur 10 et 40 % ont accordé une note de 7 ou 8 sur 10. Enfin, 5 % ont accordé une note de 5 ou 6 sur 10 et 2 %, une note de 0 à 4 sur dix.

Ces résultats témoignent d'une satisfaction élevée et possiblement d'une fierté accrue pour la population de la ville de Québec.

8.1.3 Un succès touristique

On retient que l'année touristique 2008 fut mémorable. Un ensemble d'indicateurs montre le succès qu'a entraîné le 400e anniversaire. L'étude de Léger Marketing[27] fait état de résultats très positifs : « *Les résultats de cette étude nous permettent d'observer,*

[25] Sondage omnibus mensuel, Léger Marketing.

[26] Sondage omnibus, n=300, RMR de Québec. Marge d'erreur maximale pour les résultats d'ensemble : 5,7 %, dans un intervalle de confiance de 95 %. Résultats repris avec la permission du Bureau de la Capitale-Nationale. La question était formulée ainsi : « *Globalement, lorsque vous pensez à l'ensemble des festivités du 400e anniversaire de Québec, quel est votre degré de satisfaction sur une échelle de 0 à 10 ? La note 0 signifie que vous n'avez pas du tout été satisfait des festivités du 400e de Québec et la note 10 signifie que vous avez été très satisfait. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre choix.* »

[27] « *Étude sur la participation et les dépenses touristiques du 400e anniversaire de Québec* », Rapport final. Léger Marketing, janvier 2009, p. 63.

sous plusieurs angles, le franc succès des fêtes du 400e anniversaire de Québec. ». Par ailleurs, il s'agit d'un succès touristique inespéré dans une année qui a été difficile partout au Canada et qui a permis de renouveler l'offre touristique. De plus, plus de 90 % de la population de Québec a participé aux Fêtes du 400e.

Une compilation dressée par l'Office du tourisme de Québec[28] fait état de plusieurs résultats intéressants ou de records, dont ceux-ci :

- hausse de 4,9 points de pourcentage du taux d'occupation (comparativement à 2007) et hausse de 9,1 % du nombre moyen de chambres occupées quotidiennement;
- le plus grand nombre de chambres jamais vendues annuellement (hausse de 9,5 % du nombre de chambres vendues);
- le plus grand nombre de congrès et événements jamais recensés pour une année (près de 544 congrès et événements, une augmentation de 44,3 % par rapport à 2007);
- le plus important volume de demandes d'information touristique depuis 2002 (au comptoir, par téléphone, courrier postal et Internet), soit une augmentation de 21,1 % par rapport à 2007;
- l'indice d'activité touristique le plus élevé jamais obtenu pour une année, soit une hausse de 5,7 % par rapport à 2007;
- l'indice d'achalandage dans les boutiques du Vieux-Québec le plus élevé jamais obtenu pour une année, en hausse de 11,3 % par rapport à 2007;
- l'indice de fréquentation des restaurants le plus élevé jamais obtenu pour une année, soit une augmentation de 1,6 % par rapport à 2007.

Cette même compilation note que la fréquentation des attraits touristiques avec billetterie a légèrement souffert des rigueurs de l'hiver et des nombreuses activités offertes dans le cadre du 400e anniversaire.

Grâce au succès du 400e anniversaire de Québec, la ville a pu mieux se positionner sur le marché international, contribuant ainsi à augmenter sa notoriété touristique, en complément avec les énergies consacrées par l'Office du tourisme de Québec et par l'industrie touristique régionale en général. De plus, on peut dire que malgré l'année touristique de 2008 qui fut difficile au Canada, le 400e anniversaire de Québec a permis de rajeunir en quelque sorte la destination et de la rendre encore plus attrayante aux yeux des visiteurs éventuels.

[28] Office du tourisme de Québec. « *État de la saison touristique 2008 dans le cadre des activités du 400e anniversaire de Québec au 31 décembre 2008* ».

8.2 *Impact économique des Fêtes du 400e*

Les méthodes de calcul des dépenses admissibles pour l'estimation des impacts économiques des dépenses touristiques, des dépenses en infrastructure et de celles d'organisation par la Société du 400e ont été présentées dans les chapitres précédents. Ces dépenses ont servi d'intrants à plusieurs simulations réalisées à l'aide du modèle intersectoriel de l'Institut de la statistique du Québec. On retrouve aux sections suivantes les principaux résultats de ces simulations.

8.2.1 Impact économique des visiteurs centrés à motif principal

Le tableau qui suit permet d'apprécier l'impact sur les variables de production et les variables fiscales des dépenses touristiques de l'ensemble des visiteurs dont la venue a été motivée principalement par les festivités du 400e anniversaire de Québec.

Impact des dépenses touristiques - visiteurs principalement motivés

Variables de production	Dépenses touristiques	Emplois	Valeur ajoutée	PIB
	M $	années-pers	M $	
Visiteurs	202,7	2873	128,3	148,4
CCQ - motif principal	37,6	568	24,5	28,9
Hôtels - motif principal	4,5	67	2,9	3,5
Autres événements	7,9	114	5,2	6,2
Organisation autres évén.	40,3	552	32,6	31,2
Total	**293,0**	**4 174**	**193,3**	**218,2**

Variables fiscales	Impôts et taxes Québec	Impôts et taxes Canada	Parafiscalité Québec *	Parafiscalité Canada**
	M $			
Visiteurs	20,8	9,6	10,7	2,2
CCQ - motif principal	3,7	1,9	2,1	0,4
Hôtels - motif principal	0,5	0,2	0,2	0,1
Autres événements	2,0	1,0	0,4	0,1
Organisation autres évén.	2,3	0,1	3,5	0,7
Total	***29,3***	***12,8***	***16,9***	***3,5***

* parafiscalité Qc = contributions à la CSST, la FSS, la RQAP, la RRQ

** parafiscalité Can = contributions à l'assurance emploi

Ces dépenses touristiques de 293,0 M$ en argent frais ont permis de créer ou de maintenir quelque 4 174 emplois en équivalent temps complet en 2008. L'impact économique au Québec a été de 193,3 M$ tel que mesuré par la valeur ajoutée, dont

179,3 M$ dans la RMR de Québec. La contribution totale au PIB[29], soit l'enrichissement collectif global, a été de 218,2 M$.

Sur le plan fiscal et parafiscal, le gouvernement du Québec récolte 46,2 M$, dont 29,3 M$ en impôts et taxes et 16,9 M$ en contribution pour certains programmes sociaux du Québec. Le gouvernement du Canada perçoit des revenus de 16,3 M$, dont 3,5 M$ en cotisations d'assurance-emploi.

Il importe de noter que l'investissement initial en deniers publics de 85 M$ a engendré un accroissement de valeur ajoutée dans la région 2,3 fois plus élevé (193,3 M$/85 M$). Si l'on tient compte des taxes et impôts perçus par les gouvernements, ce ratio grimpe à 4,5 (193,3 M$/ (85-42) M$) par dollar investi dans les Fêtes du 400e.

8.2.2 Impact économique des visiteurs centrés à motif secondaire

Le tableau qui suit permet d'apprécier l'impact sur les variables de production et les variables fiscales des dépenses touristiques des visiteurs dont la venue a été motivée partiellement par les festivités du 400e anniversaire de Québec. Rappelons que ces dépenses retenues correspondent à 50% des dépenses totales de ces visiteurs venus en partie pour les festivités du 400e anniversaire de Québec.

Impact des dépenses touristiques - visiteurs partiellement motivés

Variables de production	Dépenses touristiques	Emplois	Valeur ajoutée	PIB
	M $	années-pers	M $	
Visiteurs	125,3	1 849	83,4	94,4
CCQ - partiellement	11,8	192	8,3	9,6
Hôtels - partiellement	1,6	24	1,0	1,2
Autres événements (1)	s/o	s/o	s/o	s/o
Total	**138,7**	**2 065**	**92,7**	**105,2**

Variables fiscales	Impôts et taxes Québec	Impôts et taxes Canada	Parafiscalité Québec *	Parafiscalité Canada**
	M $			
Visiteurs	12,4	5,2	0,0	0,0
CCQ - partiellement	1,1	0,6	6,9	1,4
Hôtels - partiellement	0,2	0,1	0,1	0,0
Autres événements	s/o	s/o	s/o	s/o
Total	***13,7***	***5,9***	***7,0***	***1,4***

* parafiscalité Qc = contributions à la CSST, la FSS, la RQAP, la RRQ

** parafiscalité Can = contributions à l'assurance emploi

(1) négligeable et comptabilisé dans les principalement motivés

[29] Le PIB est obtenu en ajoutant à la valeur ajoutée les taxes indirectes et les autres productions nettes des subventions.

Ces dépenses touristiques de 138,7 M$ ont permis de créer ou de maintenir quelque 2 065 emplois en équivalent temps complet en 2008. L'impact économique au Québec a été de 92,7 M$ tel que mesuré par la valeur ajoutée, dont 79,9 M$ dans la RMR de Québec. La contribution totale au PIB a été de 105,2 M$.

Sur le plan fiscal et parafiscal, le gouvernement du Québec récolte 20,7 M$, dont 13,7M$ en impôts et taxes et 7,0 M$ en contribution aux programmes sociaux du Québec. Le gouvernement du Canada perçoit des revenus de 7,3 M$, dont 1,4 M$ en cotisations d'assurance-emploi.

8.2.3 Impact économique des infrastructures et legs

Le tableau qui suit permet d'apprécier l'impact sur les variables de production et les variables fiscales des dépenses en infrastructure pour le 400e anniversaire de Québec.

Impact des dépenses en infrastructures et legs

Variables de production	Dépenses	Emplois	Valeur ajoutée	PIB
	M $	années-pers	M $	
Total	**127,7**	**1 127**	**88,7**	**89,9**

Variables fiscales	Impôts et taxes Québec	Impôts et taxes Canada	Parafiscalité Québec *	Parafiscalité Canada**
	M $			
Total	***5,1***	***1,3***	***8,8***	***1,3***

* parafiscalité Qc = contributions à la CSST, la FSS, la RQAP, la RRQ

** parafiscalité Can = contributions à l'assurance emploi

Ces dépenses d'investissement de 127,7 M$ ont permis de créer ou de maintenir quelque 1 127 emplois en équivalent temps complet, surtout en 2006 et 2007. L'impact économique au Québec a été de 88,7 M$ tel que mesuré par la valeur ajoutée, essentiellement dans la RMR de Québec. La contribution totale au PIB a été de 89,9 M$.

Sur le plan fiscal et parafiscal, le gouvernement du Québec récolte 13,9 M$, dont 5,1 M$ en impôts et taxes et 8,8 M$ en contribution aux programmes sociaux du Québec. Le gouvernement du Canada perçoit des revenus de 2,6 M$, dont 1,3 M$ en cotisations d'assurance-emploi.

8.2.4 Impact économique des dépenses d'organisation du 400e

Le tableau qui suit permet d'apprécier l'impact sur les variables de production et les variables fiscales des dépenses admissibles de la Société du 400e.

Impact des dépenses de la Société du 400e

Variables de production	Dépenses	Emplois	Valeur ajoutée	PIB
	M $	années-pers	M $	
Total	**85,0**	**1 375**	**63,5**	**62,6**

Variables fiscales	Impôts et taxes Québec	Impôts et taxes Canada	Parafiscalité Québec *	Parafiscalité Canada**
	M $			
Total	***5,7***	***0,3***	***5,5***	***1,1***

* parafiscalité Qc = contributions à la CSST, la FSS, la RQAP, la RRQ

** parafiscalité Can = contributions à l'assurance emploi

Ces dépenses d'exploitation de 85,0 M$[30] ont permis de créer ou de maintenir quelque 1 375 emplois en équivalent temps complet, surtout en 2007 (25%) et 2008 (63%). L'impact économique au Québec a été de 63,5 M$ tel que mesuré par la valeur ajoutée, essentiellement dans la RMR de Québec. La contribution totale au PIB a été de 62,6 M$.

Sur le plan fiscal et parafiscal, le gouvernement du Québec récolte 11,2 M$, dont 5,7 M$ en impôts et taxes et 5,5 M$ en contribution aux programmes sociaux du Québec. Le gouvernement du Canada perçoit des revenus de 1,4 M$, dont 1,1 M$ en cotisations d'assurance-emploi.

[30] Une partie du budget d'exploitation de la Société du 400e a été affectée aux événements spéciaux.

8.2.5 Impact consolidé et distribution temporelle des impacts

Le tableau qui suit permet d'apprécier de manière synoptique les retombées économiques des dépenses en argent frais en raison de l'organisation et de la tenue des festivités du 400e anniversaire de Québec et des infrastructures et présents qu'elles ont engendrés.

Impact économique sur les variables de production (M$)				
Variables de production	Dépenses *	Emplois	Valeur ajoutée	PIB
Infrastructures et aménagements	127,7	1 127	88,7	89,9
Société du 400e	85,0	1 375	63,5	62,6
Dépenses touristiques - motif principal	293,0	4 174	193,4	218,1
Sous-total	**505,7**	**6 676**	**345,6**	**370,6**
Dépenses touristiques - motif secondaire**	138,7	2 065	92,7	105,2
Total	**644,4**	**8 741**	**438,3**	**475,8**
* Excluent certaines dépenses qui ne sont pas financées par de l'argent frais ** 50% des dépenses ont été prises en compte				

L'impact économique des Fêtes du 400e anniversaire de Québec se chiffre donc à 438,3 M$, dont 345,6 M$ proviennent de visiteurs dont le motif premier du voyage était les festivités du 400e anniversaire de Québec. Sur le plan du marché du travail, les dépenses liées au 400e ont permis de maintenir ou de créer quelque 8 741 emplois en équivalent temps complet, dont 6 676 emplois sont strictement liés au 400e.

Les retombées fiscales sont considérables pour les gouvernements, soit 53,8 M$ en impôts et taxes pour le Québec et 20,3 M$ pour le Canada, tel qu'illustré au tableau synthèse qui suit. Pour le Québec, la contribution à la parafiscalité est de 38,2 M$, et de 7,3 M$ pour le gouvernement fédéral.

Impact économique global sur les variables fiscales (M$)

Variables fiscales	Impôts et taxes Québec	Impôts et taxes Canada	Parafiscalité Québec	Parafiscalité Canada
Infrastructures et aménagements	5,1	1,3	8,8	1,3
Société du 400e	5,7	0,3	5,5	1,1
Dépenses touristiques- motif principal	29,3	12,8	16,9	3,5
Sous-total	**40,1**	**14,4**	**31,2**	**5,9**
Dépenses touristiques - motif secondaire	13,7	5,9	7,0	1,4
Total	**53,8**	**20,3**	**38,2**	**7,3**

Le tableau qui suit permet d'apprécier la distribution temporelle approximative des impacts.

Distribution temporelle des impacts consolidés

	2005	2006	2007	2008	Total
Emplois (années-pers)	41	527	913	7 260	**8742**
Valeur ajoutée (M$)	1,9	38,6	59,9	337,9	**438,4**

Les dépenses des gouvernements de 214,9 millions de dollars ont permis de créer ou de maintenir quelque 8 741 emplois au consolidé et d'engendrer des retombées économiques de 438,3 M$, dont 337,9 M$ en 2008. La très grande majorité des impacts mesurés dans cette étude (94 %) ont eu lieu dans la RMR de Québec.

L'industrie hôtelière est un secteur qui bénéficie particulièrement de ces retombées économiques. Le tableau qui suit présente le nombre de nuitées en établissement commercial engendré par les Fêtes du 400e.

Nuitées en hébergement commercial en raison du 400e

	Centrés «surtout» ou principalement motivés	Centrés «en partie» ou partiellement motivés *	TOTAL
Touristes sans congressistes	989 998	915 691	1 905 689
Centre des congrès de Québec (CCQ)	92 469	29 919	122 388
Congrès, hôtels et autres lieux	13 554	4 827	18 381
Autres événements	84 203	1 329	85 532
	1 180 224	**951 766**	**2 131 990**
* 50 % des nuitées sont prises en compte pour ces touristes			

Du total estimé de 2,1 millions de nuitées, 1,2 million n'auraient sans doute pas eu lieu en 2008 sans la tenue des Fêtes du 400e.

Le tableau qui suit présente les principaux secteurs (plus de 5 %) affectés par l'accroissement de la demande touristique.

Principaux secteurs touchés par les dépenses touristiques

	Emplois	VA (M$)
Services d'hébergement	1 688	71.3
Services restauration et débits boissons	1 323	32,5
Arts interprétation et loisirs	817	31.2
Commerce de détail et de gros	653	27.0
Transport urbain et taxi	346	18.8

Le secteur de l'hébergement vient en tête, suivi du secteur de la restauration. Les secteurs des arts d'interprétation et celui des loisirs tirent bien leur épingle du jeu, suivi du commerce de détail et de gros. Finalement, les secteurs du transport urbain et des taxis bénéficient eux aussi d'un accroissement de valeur ajoutée supérieure à 5 % du total.